

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Дегтярева Дмитрия Сергеевича на тему: «Ценностно-ориентированная маркетинговая товарная политика на рынке СМС», представленной на соискание ученой степени

кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг)

Потеря торговых связей с украинскими производителями, уход крупных игроков с регионального рынка, переориентация на поставки из Российской Федерации и других стран СНГ особо отразились на деятельности предприятий рынка синтетических моющих средств (СМС) Донецкой Народной Республики (ДНР). В условиях изменения структуры рыночного предложения в Донецкой Народной Республике, обусловленного рядом социально-экономических и политических факторов, происходят изменения и в структуре рыночного спроса. В связи с этим необходимость формирования ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий ДНР на рынке СМС, которая в наибольшей степени удовлетворит потребности покупателей, а предприятия обеспечит устойчивыми конкурентными преимуществами в долгосрочной перспективе – подтверждает актуальность и практическую востребованность диссертационной работы.

Содержание автореферата свидетельствует о том, что объект, предмет, цель диссертационной работы логически связаны и четко очерчивают поле исследования. Объектом исследования является процесс формирования ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики. Предметом – комплекс теоретических, методологических и практических аспектов ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий. Цель исследования заключается в обобщении теоретических основ и разработке научно-практических рекомендаций по совершенствованию ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий на рынке СМС.

Ознакомление с содержанием автореферата диссертации позволяет сделать вывод, что работа представляет собой самостоятельное научное исследование. Все научные положения, результаты и выводы, изложенные в диссертации и выносимые на защиту в полной мере соответствуют поставленной цели и обеспечивают ее достижение, приведенные научные положения аргументированы в процессе исследования и дают представление о его результатах, что подтверждает обоснованность выводов и рекомендаций в диссертационной работе.

Следует отметить, что диссертация состоит из трех разделов, каждый из которых характеризуется определенным вкладом в решение проблем ценностно-ориентированной маркетинговой политики предприятий. Предложенные автором научно-методические разработки являются инновационными, а также имеют практическую ценность.

Особого внимания в контексте теоретических разработок заслуживают определение сущности ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий, исследование ее эволюции и основных императив, а также разработанная концепция и концептуальная схема ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий как научно-обоснованной идеи.

Научный интерес вызывают предложенные автором методические подходы к оценке потенциала ценностных достоинств СМС на основе оценки предложения производителей и потребительской оценки восприятия этого предложения в разрезе выделенных типов усовершенствованной системы ценностей, а именно: функциональной - по показателям уровня качества и уровня потребительского полезного эффекта СМС, условной - по показателям уровня атрибутивности и уровня каузальной атрибуции СМС, экономической - по показателям уровня средней цены одной стирки и уровня влияния эффектов на ценовую чувствительность потребителей СМС, эпистемической - по показателям степени инновационной диффузности и потребительской оценки уровня инновативности СМС,

ситуативной - по показателям воздействия внешних факторов и факторов потребительского поведения, социальной - по показателям степени выполнения обязательств и степени применения элементов социальной ответственности СМС, эмоциональной - по показателям уровня состояния позиционирования и уровня ассоциативности СМС.

Наибольшую практическую значимость представляет разработанная автором модель ко-маркетинга, которая интегрирует основные форматы сотрудничества с потенциалом ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий, использование которой будет способствовать повышению синергетического эффекта от реализации ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий.

Положительное впечатление производит разработанная методическая база по формированию и оценке капитала ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики, а также модель выбора стратегий ко-маркетинга, включающая: модель выбора стратегии ко-брендинга в зависимости от величины показателей потенциала ценностных достоинств СМС и стратегического потенциала ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий; модель выбора стратегии двойного брендинга в зависимости от величины показателей потенциала ценностных достоинств СМС и их рыночного потенциала с учетом специализации; модель выбора стратегии кросс-маркетинга в зависимости от величины показателей рыночного потенциала СМС и стратегического потенциала ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий.

Наряду с положительными моментами, следует отметить такие замечания: содержание автореферата не отражает методику определения капитала лояльности и трейд-маркетинга как совокупного показателя клиентского капитала, а также не отражены результаты оценки степени лояльности в процессе исследования результативности ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий.

Между тем, высказанные замечания не снижают научной значимости исследования и его положительной оценки.

Изложенные в автореферате положения позволяют оценить диссертационную работу на тему: «Ценностно-ориентированная маркетинговая товарная политика на рынке СМС» как законченную научно-квалификационную работу, имеющую теоретическое и практическое значение. Ее автор – Дегтярев Дмитрий Сергеевич – заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг).

Согласен на автоматизированную обработку персональных данных.

Кандидат экономических наук
по специальности 08.00.04,
заведующий кафедры «Менеджмента и управления персоналом»
Автономной некоммерческой организации
«Образовательная организация высшего
образования» «Университет экономики
и управления», г. Симферополь

А.В. Кузьминов

295021, Российская Федерация,
Республика Крым, г. Симферополь,
ул. Крымской Правды, 4
Тел.: (3652) 543-543
Эл. почта: ueu2004@mail.ru

*Подпись Кузьмина А.В. и Дегтярева Д.С. удовлетворено:
Морозов О.А. 17.03.2017*

И.А. Дегтярев